



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
UPT. PERPUSTAKAAN

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: helpdesk.lib@unsyiah.ac.id

ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH

TITLE

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN INTI DAN KUALITAS PELAYANAN PERANGKAT TERHADAP NILAI YANG DIRASAKAN PENILAIAN EMOSI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

ABSTRACT

ABSTRAK

The strict competition in the service business causes each company provides the best service so that can make consumer feel satisfied. Therefore a company seeks to increase the value of consumers feel. Some of the variable is the focus of the company including core service quality, perceived value, service quality devices and assessment of emotion. This research purposeful to measure the effect of core service quality and service quality devices to the perceived value with assessment of emotion as mediating variables at Martha Tilaar in Banda Aceh .This research using questionnaires with the respondents are the consumer who felt the service at Martha Tilaar Banda Aceh. The number of respondents in this research was 100 people. The sampling technique used in this research is the purposive sampling. The results of this research stated that core service quality have positive effect and significant directly or indirectly to the perceived value. In other words this mediation called as partial mediation, and the results of this research also stated that service quality devices have positive effect and no significant directly to the perceived value. However have positive effect and indirectly to the perceived value with assessment of emotion as mediating variable. In other words this variable called as fully mediation.

Key Word : Core Service quality, service quality devices, assessment of emotion and perceived value.

ABSTRAK

Persaingan pada perusahaan jasa yang ketat menyebabkan setiap perusahaan memberikan layanan terbaik sehingga dapat membuat konsumen merasa puas, oleh karenanya perusahaan berusaha untuk meningkatkan nilai yang dirasakan konsumen. Beberapa variabel yang menjadi fokus perusahaan diantaranya kualitas pelayanan inti, kualitas pelayanan perangkat, nilai yang dirasakan, dan penilaian emosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan inti dan kualitas pelayanan perangkat terhadap nilai yang dirasakan dengan penilaian emosi sebagai variabel mediasi pada Martha Tilaar di Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan kuisioner dengan respondennya adalah para konsumen yang merasakan pelayanan pada Martha Tilaar di Banda Aceh. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang dipakai adalah metode purposive sampling. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan inti berpengaruh positif dan signifikan secara langsung maupun tidak langsung terhadap nilai yang dirasakan, dengan kata lain mediasi ini disebut dengan mediasi parsial dan hasil penelitian ini juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan perangkat berpengaruh positif dan tidak signifikan secara langsung terhadap nilai yang dirasakan, akan tetapi berpengaruh positif dan secara tidak langsung terhadap nilai yang dirasakan dengan penilaian emosi sebagai variabel pemediasi, dengan kata lain mediasi ini disebut sebagai mediasi sepenuhnya.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan Inti, Kualitas Pelayanan Perangkat, Penilaian Emosi, dan Nilai Yang Dirasakan.